

Le Talent Acquisition Manager, ce chasseur de tête que les startups s'arrachent

Stuart a interrogé une soixantaine de recruteurs travaillant dans des startups françaises qui embauchent massivement pour dessiner les contours du nouveau métier en vogue : Talent Acquisition Manager. Qui sont-ils ? Quels sont leurs réseaux ? Et surtout, que font-ils exactement ? Maddyness vous dit tout.

Temps de lecture : minute

26 décembre 2018

Il y a eu le Chief Happiness Officer, puis plus récemment le Chief Digital Officer. Voici le Talent Acquisition Manager. Ou le manager de talents, en version sous-titrée. Mais c'est quoi exactement, un TAM ? Pour définir plus précisément les contours de ce nouveau métier, Stuart a réalisé une étude auprès d'une soixantaine de recruteurs travaillant dans des startups françaises qui embauchent régulièrement (Doctolib, Chauffeur Privé, Teads...).

"On est souvent confondu avec un service de ressources humaines, soupire Alexandra Brun, Talent Acquisition Manager chez Stuart. Mais, contrairement à un DRH, on ne fait pas d'administratif et on ne s'occupe pas de formation, par exemple." Parce que, comme son nom l'indique, le TAM est d'abord chargé de recruter. Et pas n'importe qui : les perles, les pépites, la crème de la crème des profils qui peuvent intéresser la startup dans laquelle il travaille. "Nous sommes des chasseurs de têtes, précise Alexandra Brun. Nous devons sourcer les très bons profils... et les recruter."

Des profils variés

Pour attirer les talents, le TAM doit aussi "*créer en amont une culture d'entreprise séduisante*" et penser à la communication autour de la marque employeur. L'étude montre ainsi que 75% des répondants citent la communication parmi leurs missions, 60% la définition et la promotion de la culture d'entreprise et 56% l'accueil et l'intégration des nouveaux salariés. Pas étonnant donc que le profil des TAM soit éclectique : à peine plus d'un quart sont passés par des études spécifiques aux RH (26%), alors que plus de la moitié sortent d'école de commerce (51%).



Et le métier de TAM n'est pas l'apanage de Millenials qui se rueraient sur un nouveau métier à l'étiquette dorée. Bien au contraire. Plus d'un quart des interrogés (27%) disent ainsi présenter plus de 7 ans d'expérience dans le monde du travail et presque autant (23%) entre 5 et 7 ans ! Et les deux tiers des répondants ont au moins 3 ans d'expérience dans le recrutement spécifiquement (66%).

Un rôle-clé pour les startups

De plus en plus de startups se dotent d'un TAM lorsqu'elles atteignent un certain stade de croissance et commencent à étoffer leurs fonctions support. *"C'est un poste qui se crée la plupart du temps lorsqu'une entreprise dépasse les 30 recrutements annuels"*, confirme Alexandra Brun. En effet, les trois quarts des TAM interrogés disent recruter au moins 30 salariés par an et près d'un tiers (31%) plus de 100 salariés.

Si le métier de CHO se résume souvent à des commandes de paniers-repas et que celui de CDO est étiqueté grand groupe qui se la joue cool, le rôle du TAM pourrait au contraire prendre de l'ampleur dans un contexte de guerre des talents. *"Contrairement au bonheur des salariés qui est difficile à mesurer, les Talent Acquisition Managers ont des objectifs chiffrés et quantifiables très précis à remplir, révèle Alexandra Brun. Le recrutement est au coeur de nos responsabilités or l'équipe est le moteur d'une startup. Pourvoir des postes avec les bons profils, c'est la clé du succès pour une entreprise."*

Article initialement publié en février 2018

Article écrit par Geraldine Russell